6. august 2020

Henkel zverejňuje výsledky za prvý polrok a druhý štvrťrok 2020

Spoločnosť Henkel dosiahla silné obchodné výsledky napriek výraznému vplyvu pandémie spôsobenej ochorením COVID-19

* **Bezpečnosť zamestnancov, dodávky odberateľom a podpora komunít na prvom mieste**
* **Obrat na úrovni skupiny za prvý polrok dosiahol 9 485 mil. eur, nominálne: -6,0 %, organicky: -5,2 %**
* **Prevádzkový zisk\* predstavoval 1 191 mil. eur, -27,5 %**
* **Marža EBIT\* na úrovni 12,6 %, t. j. -370 bázických bodov**

\* Upravené o jednorazové výdavky/príjmy a náklady na reštrukturalizáciu.

* **Výnos na prioritnú akciu (EPS)\*: -29,2 % na 1,96 eur, -28,2 % pri konštantných kurzových sadzbách**
* **Voľný cash flow dosiahol úroveň 938 mil. eur, zlepšila sa čistá finančná pozícia**
* **Vzhľadom na pretrvávajúcu neistotu na trhoch nie je možné poskytnúť nový výhľad na celý rok 2020**
* **Implementácia novej agendy účelného rastu napreduje**

\* Adjusted for one-time expenses and income, and restructuring expenses.

**Düsseldorf –** ***„V priebehu prvého polroka 2020 bola spoločnosť Henkel výrazne ovplyvnená hlbokou celosvetovou hospodárskou recesiou a prudkým znížením dopytu v rámci mnohých priemyselných odvetví. Počas tejto bezprecedentnej celosvetovej krízy je na prvom mieste ochrana zamestnancov, zabezpečenie dodávok odberateľom, pokračovanie v obchodnej činnosti a podpora komunít. V prvom polroku 2020 sme túto úlohu zvládli vďaka výnimočnému tímovému duchu a oddanosti našich zamestnancov na celom svete. Naše široké portfólio v spotrebiteľských a priemyselných segmentoch nám pomohlo kompenzovať vplyvy krízy na celkový obrat a zisk: v prvom polroku 2020 sme dosiahli obrat vo výške približne 9,5 mld. eur, prevádzkový zisk na úrovni 1,2 mld. eur a maržu EBIT vo výške 12,6 %. Akcionárom sme za rok 2019 vyplatili dividendy v plnej výške, dokázali sme zabezpečiť veľmi silný voľný cash flow a ďalej zlepšiť našu čistú finančnú pozíciu. Počas krízy sme neskracovali pracovný čas, nežiadali sme o pomoc zo strany štátu a neznižovali sme počty zamestnancov v dôsledku pandémie. Celkovo sme dosiahli silné výsledky aj za výnimočne nepriaznivých okolností,“* povedal predseda predstavenstva spoločnosti Henkel Carsten Knobel.**

**Henkel vykázal obrat vo výške 9 485 mil. eur za prvý polrok 2020. V nominálnom vyjadrení sa obrat znížil o 6,0 % a organicky o 5,2 % v porovnaní s prvou polovicou predchádzajúceho roka. Upravený prevádzkový zisk dosiahol úroveň 1 191 mil. eur za prvých šesť mesiacov roka 2020, čo je o 27,5 % menej ako v predchádzajúcom roku. Upravená marža EBIT bola na úrovni 12,6 %, čo predstavuje pokles o 370 bázických bodov v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka.**

**V priebehu prvých šiestich mesiacov bola divízia Adhesive Technologies zasiahnutá najmä výrazným znížením dopytu v kľúčových odberateľských odvetviach. Výsledky divízie Beauty Care negatívne ovplyvnil výrazný pokles v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky vzhľadom na zatvorenie kaderníctiev v mnohých krajinách. Divízia Laundry & Home Care zaznamenala veľmi silné výsledky, ktoré boli podporené aj nárastom dopytu po čistiacich prostriedkoch.**

***„Vzhľadom na pretrvávajúce neistoty však v súčasnosti nemôžeme poskytnúť nový a spoľahlivý výhľad na celý rok,”* povedal Carsten Knobel.**

***„Popri zvládaní súčasnej krízy zostávame plne oddaní našej ambicióznej agende rastu na nasledujúce roky. Spustili sme prvé iniciatívy v súlade s naším novým strategickým rámcom a budeme pokračovať v aktívnom presadzovaní implementácie našej agendy účelného rastu.“***

**Obrat a zisk skupiny v prvej polovici roka 2020**

**Obrat** skupiny Henkel Groupna úrovni 9 485 mil. eur v prvej polovici roka 2020 bol o 6,0 % nižší v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka (2. štvrťrok: 4 558 mil. eur pri poklese -11,0 %). **Organický** obrat, do ktorého sa nezapočítavajú kurzové vplyvy a vplyvy akvizícií a odpredaja, zaznamenal negatívny vývoj na úrovni -5,2 % (2. štvrťrok: -9,4 %). Príspevok akvizícií a odpredajov predstavoval 0,3 % (2. štvrťrok: 0,2 %). Kurzový vývoj mal na obrat negatívny vplyv vo výške -1,1 % (2. štvrťrok: -1,9 %).

Vývoj organického obratu na **rozvíjajúcich sa trhoch** predstavoval -2,6 % (2. štvrťrok: -7,1 %). **Vyspelé trhy** vykázali negatívny vývoj organického obratu vo výške -6,9 % (2. štvrťrok: pokles na úrovni -10,9 %).

V západnej Európe sa organický obrat za prvý polrok vyvíjal negatívne, pričom klesol o 8,0 % (2. štvrťrok: -11,6 %). **Východná Európa** zaznamenala zvýšenie organického obratu o 3,1 % (2. štvrťrok: -3,8 %). V **Afrike a na Strednom východe** sa obrat organicky zvýšil o 4,2 % (2. štvrťrok: 1,4 %). V **Severnej Amerike** sa organický obrat znížil o 6,4 % (-10,9 % v 2. štvrťroku). **Latinská Amerika** vykázala zníženie organického obratu o 11,4 % (-20,1 % v 2. štvrťroku). V **ázijsko-pacifickom** regióne obrat organicky klesol o 6,4 % (v 2. štvrťroku pokles predstavoval -7,2 %).

**Upravený prevádzkový zisk (upravený EBIT)** klesol o 27,5 % z 1 641 mil. eur v prvom polroku predchádzajúceho roka na 1 191 mil. eur v roku 2020.

**Upravená výnosnosť predaja (upravená marža EBIT)** dosiahla za prvých šesť mesiacov úroveň 12,6 %, čo predstavuje pokles o 3,7 percentuálneho bodu v porovnaní s predchádzajúcim rokom.

**Upravený výnos na prioritnú akciu** sa znížil o 29,2 % z 2,77 eura v prvom polroku 2019 na aktuálnych 1,96 eura. Pri konštantných kurzových sadzbách klesol upravený výnos na prioritnú akciu o 28,2 %.

**Čistý prevádzkový kapitál** sa ďalej zlepšil na úroveň 4,4 % z obratu, no výrazne zaostal za rovnakým obdobím predchádzajúceho roka (6,7 %).

**Voľný cash flow** zostal na veľmi silných úrovniach a v prvom polroku 2020 predstavoval 938 mil. eur (1. polrok 2019: 990 mil. eur).

**Čistá finančná pozícia** spoločnosti Henkel sa k 30. júnu 2020 zlepšila na -1 951 mil. eur (k 31. decembru 2019: -2 047 mil. eur), a to aj napriek výplate dividend vo výške približne 800 mil. eur v druhom štvrťroku.

**Výsledky obchodných divízií v prvom polroku 2020**

V prvom polroku 2020 sa **obrat** v divízii **Adhesive Technologies** nominálne znížil o 12,2 % v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka a dosiahol úroveň 4 153 mil. eur (2. štvrťrok: 1 944 mil. eur; -19,7 %). **Organický** obratpredstavoval -10,9 % (v 2. štvrťroku pokles na úrovni -17,4 %). Vývoj v prvej polovici roka a najmä v druhom štvrťroku bol ovplyvnený výrazným poklesom priemyselnej a automobilovej produkcie v dôsledku pandémie spôsobenej ochorením COVID-19. **Upravený prevádzkový zisk** klesol o 36,6 % a dosiahol 543 mil. eur. **Upravená výnosnosť predaja** vo výške 13,1 % zaostala za úrovňou z prvého polroka 2019. Marža sa znížila najmä z dôvodu výrazne nižšieho objemu obratu v dôsledku pandémie.

Divízia **Beauty Care** zaznamenala v prvom polroku 2020 pokles **organického** obratu o 8,5 % (2. štvrťrok: -12,8 %). Nominálne obrat zaostal za predchádzajúcim rokom o 7,4 % a dosiahol úroveň 1 818 mil. eur (2. štvrťrok: 883 mil. eur; -11,9 %). Tento vývoj bol spôsobený najmä negatívnymi vplyvmi pandémie spôsobenej ochorením COVID-19 v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky. **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 172 mil. eur zaostal za úrovňou prvého polroka 2019 o 35,4 %. **Upravená výnosnosť predaja** zaznamenala negatívny vývoj a dosiahla úroveň 9,4 % predovšetkým v dôsledku nižšieho objemu obratu v segmente profesionálnej vlasovej kozmetiky.

Divízia **Laundry & Home Care** zaznamenala rast **organického obratu** na úrovni 4,9 % v prvom polroku 2020 (2. štvrťrok: 4,4 %) Nominálne obrat vzrástol o 3,8 % na 3 460 mil. eur (2. štvrťrok: 1 705 mil. eur; 2,3 %). **Upravený prevádzkový zisk** vo výške 531 mil. eur zaostal za úrovňou rovnakého obdobia predchádzajúceho roka o 6,0 %. **Upravená výnosnosť predaja** na úrovni 15,3 percent zaznamenala pokles v porovnaní s prvým polrokom 2019 najmä z dôvodu vyšších investícií do marketingu a reklamy, ako aj digitalizácie a IT.

**Agenda účelného rastu: implementácia nového strategického rámca**

Začiatkom marca 2020 spoločnosť Henkel predstavila program svojho rastu na nasledujúce roky. Spoločnosť vypracovala jednoznačný strategický rámec, do ktorého patrí úspešné portfólio, konkurenčná výhoda najmä v oblastiach inovácií, udržateľnosti a digitalizácie, prevádzkový model pripravený na budúcnosť, ako aj silná podniková kultúra. *„Tento strategický rámec nám pomôže k úspechu spoločnosti Henkel v 20. rokoch s jednoznačným zameraním na účelný rast,“* vysvetlil Carsten Knobel. *„Od marcového oznámenia sme už dosiahli výrazný pokrok v iniciovaní prvých činností a implementácii opatrení.“*

Kľúčovým prvkom budúceho smerovania spoločnosti Henkel je **aktívne riadenie portfólia**.Spoločnosť Henkel identifikovala značky a kategórie produktov s celkovým objemom obratu viac než jedna miliarda eur, predovšetkým vo svojich segmentoch spotrebného tovaru, z ktorých približne 50 % plánuje do konca roka 2021 odpredať alebo zrušiť ich výrobu. Napriek súčasnej vysokej miere neistoty na trhoch spoločnosť Henkel opätovne potvrdila opatrenia v rámci portfólia, ktoré sa majú vykonať v oznámenom časovom rámci. V priebehu tohto roka spoločnosť Henkel už zrušila výrobu a uzatvorila odpredaje v celkovom objeme obratu vo výške približne 80 mil. eur, a to najmä v obchodnej divízii Adhesive Technologies.

\* GE is a trademark of General Electric Company, used under license.

Popri aktívnom riadení portfólia zostávajú akvizície neoddeliteľnou súčasťou stratégie spoločnosti Henkel. Spoločnosť nedávno uzavrela dve transakcie s celkovou kúpnou cenou približne 500 mil. eur. V rámci divízie Beauty Care Henkel rozširuje svoje digitálne aktivity v oblasti priameho predaja spotrebiteľom (direct-to-consumer/D2C) akvizíciou väčšinového podielu na obchodných činnostiach, ktoré pozostávajú z troch rýchlorastúcich prémiových značiek v oblasti kozmetiky. Pokiaľ ide o divíziu Adhesive Technologies, Henkel posilní svoju pozíciu v segmente lepiacich a tesniacich hmôt pre spotrebiteľov a remeselníkov v Severnej Amerike prostredníctvom akvizície atraktívneho spotrebiteľského portfólia tesniacich hmôt, ktoré sa predávajú pod značkou GE\*. Táto akvizícia zahŕňa sortiment silikónových tesniacich hmôt pre rôzne aplikácie.

S cieľom ďalej posilniť svoju **konkurenčnú výhodu** sa Henkel zameria na zrýchlenie prínosných **inovácií**, na posilnenie **udržateľnosti** ako faktora na odlíšenie sa od konkurencie a na transformáciu **digitálnych služieb** na tvorcu zákazníckych a spotrebiteľských hodnôt.

Cieľom spoločnosti Henkel je urýchliť prínosné **inovácie** s podporou zvýšených investícií. Ich súčasťou bude aj posilnený **inovačný prístup**. Inovácie a značky budú konzistentne podporované investíciami v kľúčových kategóriách a regiónoch. Spoločnosť Henkel sa preto zaviazala **ďalej zvýšiť investície do rastu** v oblasti reklamy, digitalizácie a IT. Počas prvých šiestich mesiacov tohto roka aj napriek makroekonomickým výzvam spoločnosť Henkel zvýšila tieto investície o vysokú dvojcifernú sumu v miliónoch eur.

V rámci divízie Adhesive Technologies Henkel pokračovala v investíciách do svojho moderného inovačného centra v Düsseldorfe. V spotrebiteľských odvetviach Henkel urýchlene rozšírila portfólio o ďalšie produkty v oblasti hygieny a zvýšila výrobné kapacity pre nové čistiace prípravky na ruky a čistiace prostriedky v rámci rôznych regiónov.

Kľúčovým pilierom stratégie spoločnosti Henkel v oblasti zvyšovania konkurenčnej výhody je jednoznačné odlíšenie sa od konkurencie na trhu prostredníctvom prínosných inovácií. V rámci divízie Adhesive Technologies spoločnosť Henkel využila svoje široké priemyselné portfólio tesniacich a impregnačných technológií na uvedenie nového produktového radu, ktorý sa zameriava na zvýšenie vodotesnosti smartfónov najvyššej triedy. V tomto prípade išlo o spoluprácu s významným svetovým výrobcom mobilných telefónov. Divízia Beauty Care spustila novú značku Schwarzkopf Simply Color v súlade s ekologickými trendmi v rámci „technologickejšej“ kategórie farbenia vlasov. Divízia Laundry & Home Care ďalej pokračovala v spúšťaní predaja kapsúl na pranie Persil 4in1 Discs. Kapsuly Persil Discs v súčasnosti tvoria takmer 10 % z celkového obratu v rámci značky Persil.

\* GE je obchodnou značkou spoločnosti General Electric Company, použité v súlade s licenciou.

**Udržateľnosť** je jednou z významných silných stránok spoločnosti Henkel. Vedúcu úlohu spoločnosti v tejto oblasti pravidelne potvrdzujú ratingy a rebríčky. Preto sa Henkel snaží ďalej posilňovať svoju vedúcu pozíciu v udržateľnosti ako jednoznačnú konkurenčnú výhodu. V záujme zintenzívnenia svojho úsilia spoločnosť Henkel definovala ďalšie míľniky a konkrétne ciele. Jedným z nich je ambícia stať sa „klimaticky pozitívnou“ spoločnosťou do roku 2040.

Henkel ako prvá spoločnosť na svete uzatvorila v júni 2020 dlhopis zameraný na znižovanie plastového odpadu. Spoločnosť Henkel tým urobila ďalší krok pri kombinovaní atraktívnych nástrojov korporátneho financovania s pokrokom dosahovaným v oblasti udržateľnosti. Výnosy z tohto dlhopisu v celkovom objeme približne 100 mil. eur budú konkrétne určené na projekty a výdavky súvisiace s aktivitami spoločnosti Henkel v oblasti znižovania plastového odpadu. Dlhopis je zdôraznením záväzku spoločnosti Henkel k podpore obehového hospodárstva a znižovaniu množstva plastového odpadu, ako aj k udržateľnému financovaniu.

Henkel takisto rozšíril svoj nástroj Design for Recycling („EasyD4R“), ktorý umožňuje rýchlo a spoľahlivo posúdiť recyklovateľnosť obalov už v raných štádiách procesu vývoja. Softvér, ktorý bol sprístupnený aj iným spoločnostiam a organizáciám, v súčasnosti pokrýva nielen rôzne typy plastových obalov, ale aj iných materiálov, ako napr. papier, sklo alebo hliník.

Napredovanie spoločnosti Henkel v oblasti udržateľného rozvoja sa odzrkadľuje aj v produktoch pre spotrebiteľov a priemyselných odberateľov. Napr. v rámci divízie Laundry & Home Care bol sortiment Pro Nature rozšírený o výrobky Somat a Bref Pro Nature. Okrem toho sú produkty Pro Nature k dispozícii v 30 krajinách, obsahujú až 99,9 % prírodných zložiek a dodávajú sa v obaloch zo 100 % recyklovaných plastov. Divízia Beauty Care predstavila tuhý šampón a sprchovacie mydlá na pokožku pod značkami Nature Box a N.A.E. bez plastových obalov. S produktom Loctite Liofol priniesla divízia Adhesive Technologies na trh certifikované recyklovateľné laminovacie lepidlo aplikované za tepla a za studena, ktoré umožňuje nahradiť polyetylén papierom a je vhodné na viacero potravinárskych a iných obalov.

Popri inováciách a udržateľnosti spoločnosť Henkel definovala **digitalizáciu** ako kľúčový nástroj na posilnenie svojej konkurencieschopnosti. V prvom polroku spoločnosť Henkel zaznamenala výrazný nárast digitálneho odbytu o viac než 60 % celkovo za divízie Beauty Care a Laundry & Home Care. Za celú skupinu sa podiel digitálneho odbytu na celkovom obrate približuje k pásmu 15 až 16 percent. Prostredníctvom nového útvaru pre digitálne podnikanie (Digital Business) sa Henkel snaží stať lídrom v oblasti digitálneho podnikania v rámci svojich odvetví a prinášať skutočné hodnoty svojim zákazníkom. Preto spoločnosť zaviedla na konci júna nový prevádzkový model pre svoje aktivity v oblasti digitálneho podnikania a IT, ktorého súčasťou sú tímy pre IT, experti na digitále podnikanie, vlastníci obchodných procesov a spoločnosť HenkelX Ventures pod vedením riaditeľa pre digitalizáciu a informatizáciu (CDIO – Chief Digital and Information Officer) v spoločnosti Henkel.

Ohybné a pre budúcnosť pripravené rýchle **obchodné procesy**, sú ďalším dôležitým prvkom strategického rámca spoločnosti Henkel. Spoločnosť pravidelne preskúmava svoje obchodné procesy a štruktúry, posudzuje, či sú štíhle, rýchle a jednoduché, a prispôsobuje ich meniacim sa podmienkam a vývoju na trhu. Okrem toho sa budú vyvíjať nové obchodné modely s dôrazom na približovanie sa k odberateľom a spotrebiteľom. Spoločnosť Henkel úspešne implementovala nové prevádzkové modely v rámci divízie Adhesive Technologies a jej nákupnej organizácie. V divíziách Laundry & Home Care a Beauty Care sa pripravujú organizačné zmeny s cieľom posilniť dôraz na región a blízkosť k odberateľovi a spotrebiteľovi.

Ďalšie rozvíjanie podnikovej kultúry v spoločnosti Henkel a urýchlenie **kultúrnej transformácie** sútakisto kľúčovými prvkami, ktorými sa bude Henkel na svojej ceste riadiť. Cieľom je podporiť kultúru spolupráce, ktorej stredobodom budú angažovaní ľudia a líderské záväzky spoločnosti. Henkel považuje za dôležité, aby si zamestnanci neustále rozvíjali svoje odborné a osobnostné zručnosti. V prvej polovici roka 2020 preto spoločnosť zaviedla špeciálne navrhnuté projekty školení a zvyšovania kvalifikácie, napr. v oblasti vedenia, digitalizácie a inovácií. Súčasná kríza spôsobená koronavírusom takisto potvrdila silnú podnikovú kultúru spoločnosti Henkel, ako aj vytrvalosť a oddanosť jej zamestnancov na celom svete.

**Opatrenia v rámci boja proti pandémii spôsobenej ochorením COVID-19**

Pandémia ochorenia COVID-19 ovplyvnila všetky oblasti života a veľmi prudko zasiahla globálnu ekonomiku. Najvyššou prioritou spoločnosti Henkel v tejto kríze je zdravie a bezpečnosť zamestnancov, odberateľov a obchodných partnerov. Spoločnosť zaviedla množstvo ochranných opatrení už v ranom štádiu. Zároveň vynaložila veľké úsilie s cieľom pokračovať vo svojich obchodných činnostiach a napĺňať potreby odberateľov a spotrebiteľov po celom svete. Okrem toho spoločnosť Henkel spustila globálny program solidarity vrátane finančnej pomoci, ako napr. fondu COVID-19 Solidarity Response Fund zriadenému Svetovou zdravotníckou organizáciou (WHO) a Nadáciou Organizácie Spojených národov (OSN) a iným vybraným organizáciám z celého sveta. Spoločnosť Henkel ďalej darovala viac než 5 mil. výrobkov pre osobnú hygienu a hygienu domácností a vo svojich prevádzkach vyrába dezinfekčné prostriedky. Celosvetovo spoločnosť Henkel vyrobila a darovala viac než 111 000 litrov dezinfekčných prostriedkov v rámci pomoci zdravotníckym orgánom a nemocniciam. Doposiaľ podporila takmer 500 projektov súvisiacich s ochorením COVID-19 vo viac než 40 krajinách na celom svete s cieľom pomôcť takmer 5 miliónom ľudí, ktorí potrebujú podporu v dôsledku ochorenia COVID-19.

*„Budeme sa musieť neustále prispôsobovať vývoju krízy. Na akékoľvek narušenie našich trhov budeme reagovať flexibilne a rýchlo.* *Budeme aktívnymi spolutvorcami zmien a priekopníkmi v nových oblastiach,“* zhrnul Carsten Knobel. *„Som presvedčený, že vďaka nášmu odhodlanému globálnemu tímu, nášmu novému strategickému rámcu zameranému na účelný rast, vďaka našej silnej súvahovej pozícii a finančnej flexibilite, ako aj schopnosti generovať silný cash flow máme dobré predpoklady, aby sme si s touto zložitou situáciou poradili, a že z krízy vyjdeme ešte silnejší,“* dodal Carsten Knobel.

**Hlavné údaje za 2. štvrťrok 2020 (Q2) a za šesť mesiacov roka 2020 (1-6)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **v miliónoch eur** | **Obrat** | | **EBIT** | **Marža EBIT** |
| **Q2** | **1-6** | **1-6** | **1-6** |
| **Adhesive Technologies** | | | | |
| 2020 | 1 944 | 4 153 | 532 | 12,8 % |
| 2019 | 2 422 | 4 731 | 825 | 17,4 % |
| organický rast | -17,4 % | -10,9 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 543 | 13,1 % |
| 2019 upravený | - | - | 857 | 18,1 % |
| **Beauty Care** | | | | |
| 2020 | 883 | 1 818 | 148 | 8,1 % |
| 2019 | 1 002 | 1 962 | 234 | 11,9 % |
| organický rast | -12,8 % | -8,5 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 172 | 9,4 % |
| 2019 upravený | - | - | 266 | 13,5 % |
| **Laundry & Home Care** | | | | |
| 2020 | 1 705 | 3 460 | 500 | 14,4 % |
| 2019 | 1 666 | 3 334 | 483 | 14,5 % |
| organický rast | 4,4 % | 4,9 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 531 | 15,3 % |
| 2019 upravený | - | - | 565 | 16,9 % |
| **Henkel** | | | | |
| 2020 | 4 558 | 9 485 | 1 094 | 11,5 % |
| 2019 | 5 121 | 10 090 | 1 492 | 14,8 % |
| organický rast | -9,4 % | -5,2 % | - | - |
| 2020 upravený | - | - | 1 191 | 12,6 % |
| 2019 upravený | - | - | 1 641 | 16,3 % |
|  | | | | |
| **Henkel** | **1-6**  **2019** | **1-6**  **2020** | **Zmena** |  |
| Výnosy na prioritnú akciu v eurách | 2,51 | 1,79 | -28,7 % |  |
| Upravené výnosy na prioritnú akciu v eurách 1) | 2,77 | 1,96 | -29,2 % |  |
| pri konštantných kurzových sadzbách |  |  | -28,2 % |  |

1) Upravené o jednorazové výdavky/príjmy a náklady na reštrukturalizáciu.

**Henkel AG & Co. KGaA, Investor Relations (vzťahy s investormi)**

**O spoločnosti Henkel**

Spoločnosť Henkel pôsobí celosvetovo s vyrovnaným a diverzifikovaným portfóliom produktov. Vďaka silným značkám, inováciám a technológiám zastáva Henkel vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. V oblasti lepidiel je Henkel divízia Adhesive Technologies celosvetovým lídrom na trhu v rámci všetkých priemyselných segmentov. V oblastiach Laundry & Home Care a Beauty Care je Henkel na vedúcich pozíciách na viacerých trhoch a v kategóriách vo svete. Spoločnosť bola založená v roku 1876 a má za sebou viac než 140 úspešných rokov. V roku 2019 dosiahla obrat vo výške 20 mld. eur a upravený prevádzkový zisk približne vo výške 3,2 mld. eur. Henkel zamestnáva viac než 52 000 ľudí po celom svete, ktorí spolu tvoria zanietený a veľmi rôznorodý tím, ktorý spája silná firemná kultúra a spoločný záujem vytvárať trvalo udržateľné hodnoty a ktorý zdieľa spoločné hodnoty. Ako uznávaný líder v oblasti udržateľnosti je Henkel na popredných priečkach v mnohých medzinárodných indexoch a hodnoteniach. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú kótované na nemeckom akciovom indexe DAX. Viac informácií nájdete na stránke [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991. Henkel Slovensko predáva viac ako 50 značiek a dnes zamestnáva viac ako 1 900 pracovníkov.

Tento dokument obsahuje výhľadové stanoviská opierajúce sa o aktuálne odhady a predpoklady vypracované manažmentom spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA. Stanoviská týkajúce sa budúceho vývoja charakterizuje použitie takých slovných zvratov ako „očakávať“, „zamýšľať“, „plánovať“, „predpokladať“, „domnievať sa“, „odhadovať“ a podobných výrazov. Takéto stanoviská nie je možné chápať ako zaručujúce akýmkoľvek spôsobom, že dané predikcie sú presné. Budúca výkonnosť ako aj reálne dosiahnuté výsledky spoločnosti Henkel AG & Co. KGaA a jej sesterských spoločností závisia od celého radu rizikových faktorov a neistôt, a preto sa môžu podstatne odkláňať od výhľadových stanovísk. Na mnohé z nich spoločnosť Henkel nemá priamy dosah a vopred ich nie je možné presne odhadnúť, ako napríklad, aké bude ekonomické prostredie v budúcnosti a aké budú kroky konkurentov a iných subjektov pôsobiacich na trhu. Spoločnosť Henkel nemá v úmysle a ani neprijme kroky na účely aktualizácie týchto stanovísk.

Tento dokument obsahuje doplňujúce finančné ukazovatele, ktoré nie sú jednoznačne definované v platnom rámci finančného výkazníctva, ktoré predstavujú alebo môžu predstavovať alternatívne ukazovatele finančnej výkonnosti. Tieto doplňujúce finančné ukazovatele by sa nemali vykladať osobitne alebo ako alternatívne ukazovatele k ukazovateľom čistých aktív a finančných pozícií spoločnosti Henkel alebo k výsledkom podnikania, ktoré sú v súlade s platným rámcom finančného výkazníctva prezentované v konsolidovanej účtovnej závierke spoločnosti. Iné spoločnosti, ktoré vykazujú alebo uvádzajú alternatívne ukazovatele výkonnosti s podobnými názvami, môžu počítať ich hodnoty odlišne.

Tento dokument slúži výlučne na informačné účely a nepredstavuje investičnú radu ani ponuku na predaj alebo kúpu akýchkoľvek cenných papierov.

**Kontakt** Zuzana Kaňuchová

Riaditeľka korporátnej komunikácie

Telefón: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](mailto:zuzana.kanuchova@henkel.com)